

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teoritis Tentang Strategi**

##### **1. Pengertian Strategi**

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti siasat atau rencana atau dapat diartikan sebagai ilmu siasat. Secara istilah strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus<sup>1</sup>. Strategi merupakan suatu tindakan yang bersifat terus menerus, mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai sudut pandang mengenai tentang apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dimasa mendatang.

Strategi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *stratagos* atau *strategi* yang berarti jendral. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh-musuhnya serta untuk memenangkan peperangan. Sehingga tidak mengherankan jika strategi ini pada awalnya lebih populer dan digunakan secara luas dalam dunia kemiliteran<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Jhon M Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), hal. 701

<sup>2</sup> Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: LPEE UI 1996), hal. 8

Strategi adalah suatu kesatuan rencana secara menyeluruh, terpadu, serta komprehensif yang ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Di era global, perdagangan bebas serta persaingan yang ketat saat ini, sangat penting strategi itu diperlukan. Karena untuk meraih keunggulan suatu usaha maka diperlukan suatu strategi yang andal.

Untuk memperjelas tentang konsep strategi, maka dapat dibedakan antara strategi dan taktik. Strategi merupakan suatu cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan jangka panjang, sedangkan taktik merupakan cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan jangka pendek. Strategi adalah seni menggunakan persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing, sedangkan taktik adalah seni menggunakan sumber daya, kapabilitas dan kompetensi untuk memenangkan persaingan.<sup>3</sup>

Strategi dalam manajemen organisasi, dapat diartikan sebagai cara, kiat atau taktik utama yang terancang secara sistematis dalam pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen. Dengan kata lain, strategi ini berperan dalam mencapai suatu tujuan, baik tujuan jangka pendek, menengah maupun tujuan jangka panjang.<sup>4</sup>

Adanya strategi diharapkan dapat memberikan manfaat pada hal-hal atau pola-pola yang telah direncanakan. Berikut adalah manfaat adanya strategi, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Icsan Stiyo Budi, *Manajemen Startegi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 31

<sup>4</sup> Nana Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hal. 197-198

- 1) Mengantisipasi timbulnya masalah di masa depan pada kondisi perusahaan yang cepat berubah, karena jaman yang terus berkembang.
- 2) Memberikan tujuan serta arahan perusahaan di masa depan dengan jelas, sehingga dapat diikuti oleh semua karyawan.
- 3) Mempermudah tugas dan mengurangi resiko pada para eksekutif puncak.
- 4) Memonitor sesuatu yang dikerjakan, apa yang akan terjadi, memberikan sumbangsih atau mengarah pada suatu kegagalan.
- 5) Memberikan informasi pada manajemen puncak dalam merumuskan tujuan akhir dengan tetap memperhatikan etika dan lingkungan masyarakat.
- 6) Membantu praktik-praktik yang dilakukan manajer.<sup>5</sup>

## **2. Tingkatan Strategi**

Adapun penetapan strategi berdasarkan tingkatannya, diantara yaitu sebagai berikut:

- a) Strategi Tingkat Perusahaan (*Corporate Strategy*), ditetapkan pada tingkat manajemen tertinggi dalam organisasi serta mengarah pada bisnis apa yang akan dilakukan dan sumber daya yang akan dialokasikan ke perusahaan tersebut. Secara umum strategi

---

<sup>5</sup> Supriyono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: BPFE, 1996), hal. 09

korporasi melibatkan pada tujuan jangka panjang pada keseluruhan organisasi dan investasi keuangan secara langsung.

- b) Strategi Tingkat Bisnis (*Business Strategy*), ditetapkan pada masing-masing sub unit bisnis strategi. dalam hal ini, strategi diformulasikan oleh manajer tingkat bisnsi, yang kemudian melakukan negoisasi pada manajer korporasi. Startegi bisnis harus diperoleh dan melalui dukungan dari strategi korporasi.
- c) Strategi Tingkat Fungsional (*Funcional Strategy*), mengarah pada lingkup yang lebih sempit dari strategi korporasi dan bisnis. Strategi ini berhubungan dengan fungsi bisnis seperti produksi, pemasaran, SDM serta fungsi keuangan, strategi fungsional mengarah pada strategi bisnis dan konsep utama yang bergantung pada hasil dari bagaimana menerapkan strateginya.<sup>6</sup>

### 3. Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan suatu seni dan ilmu dalam perumusan (*formulating*), pelaksanaan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*) mengenai keputusan-keputusan strategi antara fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan-tujuan masa mendatang. Manajemen strategi memegang peran penting, terutama bagi eksekutif puncak untuk menentukan kebijakan fungsional bagi setiap unit bagian.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Taufiqurohman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Diktat Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 20

<sup>7</sup> Nana Herdiana, *Manajemen Strategi.....*, hal. 200

Manajemen strategi merupakan ilmu mengenai kegiatan perumusan, pelaksanaan serta evaluasi pada keputusan-keputusan lintas fungsi yang dapat memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Selain itu, manajemen strategi didalamnya mencakup pengenalan dan menganalisa lingkungan, memformulasikan strategi, mengimplementasi strategi serta melakukan evaluasi beserta pengendaliannya. Berikut adalah tahapan dalam manajemen strategi:<sup>8</sup>

- 1) Perumusan strategi, berupa pengembangan visi dan misi organisasi, indentifikasi peluang, serta ancaman dari eksternal, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi atau perusahaan, membuat beberaa strategi alternatif serta memilih strategi yang akan digunakan.
- 2) Pelaksanaan strategi, berupa menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memerikan motivasi kerja serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi dapat dilaksanakan.
- 3) Pelaksanaan strategi mencakup perkembangan budaya yang mendukung stategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahan pada usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan serta pemanfaatan teknologi informasi, dan menghubungkan antara kompensasi dan kinerja pada organisasi.

---

<sup>8</sup> Fred R David, *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep Manajemen Strategis, Edisi 9*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), hal. 5

- 4) Evaluasi strategi, merupakan tahap akhir dari manajemen strategi. Kegiatan pokok yang dilakukan adalah mengkaji kembali faktor-faktor organisasi, mengukur kinerja dan melakukan tindakan korektif. Evaluasi ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan strategi di hari esok.

#### **4. Manajemen Operasional**

Manajemen operasional adalah upaya pengelolaan secara maksimal atas penggunaan seluruh faktor produksi yang meliputi tenaga kerja, mesin, peralatan, bahan baku dan faktor lainnya.<sup>9</sup> Manajemen produksi atau operasi merupakan usaha-usaha pengelolaan sumber daya-sumber daya atau faktor-faktor produksi dalam proses transformasi menjadi berbagai produk atau jasa. Manajemen produksi atau operasi sebagai pengarahan dan pengendalian berbagai kegiatan yang mengelola berbagai jenis sumberdaya untuk membuat barang atau jasa tertentu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen operasional adalah suatu kegiatan untuk mengatur atau mengelola secara optimal dan maksimal atas penggunaan seluruh faktor produksi serta manajemen pengelolaan sumber daya, dalam proses transformasi input menjadi output.

Tujuan dari pelaksanaan manajemen produksi atau operasi bertujuan untuk mengatur penggunaan *resources* yang ada baik yang berupa bahan, tenaga kerja, mesin-mesin dan perlengkapan, sehingga proses produksi

---

<sup>9</sup> Rita A. dan Supardi, *Manajemen Operasional*, (Magelang: Pustaka Rumah C1nta, 2021), hal. 01

dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Fungsi operasi bertanggung jawab untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa yang disediakan perusahaan. Manajemen operasi adalah bagian dari suatu organisasi yang bertanggung jawab memproduksi barang dan jasa. Adapun alasan pentingnya manajemen operasional karena:<sup>10</sup>

- a. Manajemen operasional adalah salah satu dari tiga fungsi utama dalam membuat barang dan jasa dari seluruh organisasi perusahaan yaitu:
  - 1) Pemasaran yang membuat adanya permintaan atau mendapat pesanan untuk pembuatan suatu barang.
  - 2) Produk atau operasi yang menghasilkan produk
  - 3) Keuangan atau akuntansi yang memantau apakah perusahaan berjalan dengan baik, membayar seluruh tagihan dan mengumpulkan uang.
- b. Untuk mengetahui bagaimana cara memproduksi suatu barang dan jasa.
- c. Fungsi produksi merupakan bagian yang paling penting dan mahal, misalnya untuk perbaikan-perbaikan pelayanan kepada konsumen.
- d. Untuk mengetahui tugas-tugas penting dari seorang manajer operasional.

---

<sup>10</sup> Fred R David, *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep Manajemen Strategis, Edisi 9*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), hal. 6

## **Fungsi Manajemen Operasi dan Produksi**

Manajemen operasi berfungsi untuk menjamin bahwa kegiatan produksi barang dan jasa dapat sesuai dengan standar yang ditetapkan dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Berikut fungsi manajemen operasi sebagai berikut:<sup>11</sup>

- a. Perencanaan: meliputi seluruh kegiatan mulai dari penentuan barang atau jasa yang akan dibuat, perencanaan pengadaan dan penanganan sumberdaya-sumberdaya yang akan dikelola, penentuan jumlah dan jenis serta penataan letak (*layout*) mesin-mesin dan peralatan yang akan digunakan, penentuan cara dan teknik pengolahan yang akan digunakan, penentuan ciri-ciri dan sifat yang harus dimiliki oleh barang atau jasa yang dihasilkan serta penetapan waktu kapan barang dan jasa yang bersangkutan sudah harus siap untuk dipasarkan.
- b. Pengorganisasian: meliputi seluruh kegiatan penentu jumlah dan jenis sumberdaya manusia yang dibutuhkan untuk melakukan setiap kegiatan.
- c. Penelaah: seluruh kegiatan untuk mendapatkan keterangan tentang setiap kegiatan yang dilaksanakan didalam kegiatan operasi produksi.

---

<sup>11</sup> Adi Djoko Guritno, *Pengantar Manajemen Operasi*, (Jakarta: Diktat Tidak Diterbitkan, 2015), hal. 11



- d. Pengawasan: meliputi seluruh kegiatan yang dimaksudkan untuk mengarahkan dan menjamin agar berbagai kegiatan yang sudah dan sedang dilaksanakan itu sudah sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

## **B. Kajian Teoritis Tentang Produktivitas**

### **1. Pengertian Produksi**

Pengertian produk sendiri merupakan semua hal yang dapat ditawarkan pada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan ataupun kebutuhan. Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, cara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran dari entitas-entitas ini. Secara umum pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan maupun dikonsumsi serta dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.<sup>12</sup>

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Segala sesuatu yang termasuk di dalamnya adalah barang berwujud, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan gagasan. Selain itu terdapat lima tingkatan produk, yaitu:

---

<sup>12</sup> Nana Herdiana, *Manajemen Strategi.....*, hal. 71-72

- a) Manfaat inti (*core benefit*), merupakan layanan manfaat mendasar yang benar-benar dibei pelanggan dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen.
- b) Produk dasar (*basic product*), yaitu bentuk suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra.
- c) Produk yang diharapkan (*expected product*), yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk.
- d) Produk yang ditingkatkan (*augmented product*), yaitu perusahaan menyiapkan produk yang melampaui harapan pelanggan. Peningkatan produk yang diharapkan untuk membedakan antara produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.
- e) Produk potensial (*potensial product*), adalah semua argmentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa datang.<sup>13</sup>

Dalam kehidupan sehari-hari, saat mendengar kata produksi, yang kita bayangkan dalam pikiran kita adalah suatu kegiatan besar yang memerlukan peralatan serba canggih atau membutuhkan ribuan tenaga kerja untuk mengerjakan, namun hal tersebut tidaklah benar. Produksi adalah kegiatan menambah nilai guna suatu barang atau jasa untuk keperluan semua orang. Tidak semua kegiatan menambah nilai guna suatu barang merupakan proses produksi. Contohnya, seorang ibu yang

---

<sup>13</sup> M. Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hal. 209

membuat roti untuk dikonsumsi keluarganya dirumah, kegiatan tersebut tidak dapat dikatakan sebagai proses produksi karena tujuannya bukan untuk masyarakat banyak.

Kegiatan produksi adalah salah satu aktivitas ekonomi yang sangat menunjang kegiatan konsumsi. Tanpa adanya kegiatan produksi, maka konsumen tidak akan dapat memenuhi kebutuhan konsumsi yang mereka butuhkan. Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Produksi dalam perspektif Islam merupakan proses mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi barang atau jasa (*output*) dengan memperhatikan nilai keadilan dan kemanfaatan (*maslahah*) bagi manusia.<sup>14</sup>

## **2. Pengertian Produktivitas**

Pembuatan barang atau jasa merupakan suatu proses transformasi dari sumber daya menjadi barang atau jasa. Semakin efisien transformasi itu dilakukan semakin produktif pelaksanaan manajemen operasinya. Produktivitas menjadi ukuran utama yang digunakan untuk mengetahui kinerja dari suatu kegiatan operasinya. Produktivitas merupakan ukuran bagaimana sebaiknya suatu sumber diatur dan dimanfaatkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

---

<sup>14</sup> *Ibid*, hal. 212

Produktivitas adalah perbandingan antara hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan<sup>15</sup>. Selain itu, produktivitas tidak sama dengan produksi, hanya saja produksi juga termasuk dalam komponen produktivitas. Produktivitas lebih terhubung pada efisiensi sumber daya (dalam menghasilkan tingkat perbandingan antara output dan input) dan efektivitas dalam mencapai tujuan.

Produktivitas mempunyai berbagai pengertian antara lain yang terpenting adalah sebagai berikut: <sup>16</sup>

- a) Produktivitas tidak lain rasio dari apa yang dihasilkan (*output*) terhadap keseluruhan fakto produksi yang digunakan (*input*)
- b) Produktivitas pda dasarnya adalah sesuatu sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwaamutu kehidupan hari ini harus lebih baik dari kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini.
- c) Produktivitas mengikut sertakan pendayagunaan secara terpadu sumber daya manusia dan ketrampilan barang modal, teknologi, manajemen, informasi, energi dan sumber-sumber lain menuju kepada pengembangan dan peningkatan standar hidup untuk seluruh masyarakat melalui konsep produktivitas semesta/total.
- d) Produktivitas adalah kekuatan pendorong (*driving force*) untuk mewujudkan kualitas hidup, pertumbuhan ekonomi dan kemajuan

---

<sup>15</sup> Sumanth D. J, *Productivity Engineering and Management*, (New York: McGrawHill Book Company, 1984), hal.121

<sup>16</sup> Adya Dwi Mahendra, *Analisis Pengaruh Pendidikan, upah jenis Kelamin, Usia dan Pengalaman Kerja terhadap Produktifitas Tenaga Kerja*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014), hal 39

sosial yang pada hakekatnya sasaran pembangunan nasional kita. Dengan perkataan lain produktivitas Mendorong pertumbuhan, dan pertumbuhan adalah kemajuan.

Dalam teori produktivitas, berdasarkan rasio output terhadap input akan mempengaruhi tingkat produktivitas sebagai berikut:

- 1) Jika output naik sedangkan input turun maka produktivitas akan naik.
- 2) Jika output tetap sedangkan input turun maka produktivitas akan naik.
- 3) Jika output naik sedangkan input naik, dimana kenaikan output lebih besar dari pada input maka produktivitasnya akan naik.
- 4) Jika output naik dan input tetap, maka produktivitas akan naik.
- 5) Jika output turun dan input turun, dimana jumlah turun output lebih kecil dari pada penurunan pada input maka produktivitas akan naik.<sup>17</sup>

Berikut adalah unsur-unsur yang terdapat dalam produktivitas, diantaranya yaitu:

- 1) Efisiensi, merupakan suatu ukuran yang membandingkan penggunaan masukan (input) yang direncanakan dengan input yang telah terlaksanakan. Pengertian efisiensi ini berorientasi pada masukan (input).

---

<sup>17</sup> Prima Fithri dan Regina, Jurnal Analisis Pengukuran Produktivitas Perusahaan Alsintan CV. Cherry Sahara. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, Vol. 14 No. 1, 2015, hal. 138-155

- 2) Efektivitas, merupakan suatu ukuran yang menggambarkan seberapa jauh target atau tujuan tercapai dalam kuantitas maupun waktu. Semakin besar persentase target tercapai, semakin tinggi pula tingkat efektivitasnya.
- 3) Kualitas, merupakan ukuran yang menyatakan seberapa jauh spesifikasi, persyaratan serta harapan konsumen. Walau kualitas sulit diukur secara matematis melalui rasio input dan output, namun jelas bahwa kualitas input akan meningkatkan kualitas output.<sup>18</sup>

Penilaian produktivitas merupakan cara yang tepat untuk mengevaluasi produktivitas. Melalui peningkatan produktivitas, tenaga kerja, modal, atau manajemen, dapat diperoleh pembayaran tambahan. Apabila pembayaran tambahan diberikan kepada tenaga kerja, modal, atau manajemen, tanpa adanya peningkatan produktivitas, berarti harga naik, maka hal ini tentunya tidak akan menguntungkan perusahaan.

Penghitungan produktivitas dilakukan dengan menghitung input yang dapat berupa modal (jumlah uang yang diinvestasikan), material (ton atau kilogram), energi (kilowatt listrik), dan satuan-satuan lainnya. Rumus produktivitas sebagai berikut.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Ulfi Pristiana, Jurnal Peningkatan Produktivitas dan Profitabilitas Bagi UKM Sentra Industri Kue Bakpia di Gempol Pasuruan Jatim, *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, Vol. 01 No. 02, 2015, hal. 147

<sup>19</sup> Adi Djoko Guritno, *Pengantar Manajemen.....*, hal. 200

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{unit yang diproduksi}}{\text{input yang digunakan}}$$

Penghitungan satu macam *input*, dikenal dengan nama *single-factor productivity*. Pengertian produktivitas yang lebih luas yaitu menggunakan *multifactor productivity* yang meliputi semua *input* (contohnya modal, tenaga kerja, material, dan energi). *Multifactor productivity* dapat dihitung dengan mengombinasikan seluruh *input* sebagai berikut:

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{output}}{\text{tenaga kerja} + \text{material} + \text{modal} + \text{input lain}}$$

Penggunaan penghitungan produktivitas membantu manajer mengetahui seberapa baik pekerjaan telah dilakukan, tetapi penggunaan kedua perhitungan tersebut dapat bervariasi.

*Multifactor* merupakan cara penghitungan yang lebih baik, tetapi lebih rumit dan produktivitas tenaga kerja menjadi lebih banyak digunakan. *Multifactor* memberikan informasi yang lebih baik mengenai pertukaran di antara faktor, tetapi tetap menyisakan permasalahan-permasalahan antara lain sebagai berikut:<sup>20</sup>

1. Kualitas dapat saja berubah walaupun jumlah *input* dan *output* sama. Contoh adalah penemuan HDTV dibandingkan dengan TV hitam putih pada era tahun 1970-an. Keduanya sama-sama TV, tetapi kita mengakui bahwa terjadi peningkatan kualitas pada

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, hal. 201

HDTV. Unit yang dihitung untuk memproduksi kedua macam TV tersebut sama, tetapi kualitasnya meningkat.

2. Elemen-elemen eksternal dapat saja memengaruhi produktivitas yang sama sekali tidak dipengaruhi oleh sistem internal. Misalnya, penyediaan tenaga listrik yang lebih baik dapat meningkatkan produksi. Hal ini berarti peningkatan produktivitas disebabkan dukungan sistem luar, bukan keputusan manajerial di dalam sistem.

## C. Kajian Teoritis Tentang Profitabilitas

### 1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio antara pendapatan (*revenue*) dengan biaya (*cost*). Dengan kata lain, profitabilitas berasal dari hasil bagi antar penjualan (*sales*) dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa yang telah dijual (*cost*). Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam meningkatkan keuntungan.<sup>21</sup> Rasio ini memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan, dimana ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan. Dengan kata lain, penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

---

<sup>21</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo, 2014), hal. 196



Profitabilitas (kemampuan untuk memperoleh laba) merupakan suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Selain itu, profitabilitas mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup dalam jangka panjang, karena profitabilitas ini menunjukkan sejauh mana prospek usaha tersebut dimasa yang akan datang.

Profitabilitas merupakan alat pengendali bagi manajemen, selain itu juga dapat dimanfaatkan oleh pihak intern dalam menyusun target, budget, koordinasi, evaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan dan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya yaitu agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tertentu.<sup>22</sup>

## **2. Pengukuran Rasio Profitabilitas**

Secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya:

---

<sup>22</sup> *Ibid*,..., hal 115

a) Profit Margin (*Profit Margin on Sales*)

*Profit Margin on Sale* atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin on Sales} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{Sales}}$$

b) *Return on Investment* (ROI)

Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return on Investment* (ROI) atau *Return on Total Assets*, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumusnya sebagai berikut:<sup>23</sup>

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{Total assets}}$$

c) *Return on Equity* (ROE)

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih

---

<sup>23</sup> *Ibid*,..., hal. 135

sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{Equity}}$$

d) Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)

Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumusnya sebagai berikut:<sup>24</sup>

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba saham biasa}}{\text{Saham biasa yang beredar}}$$

### 3. Cara Meningkatkan Profitabilitas

Laba atau profitabilitas perusahaan atau usaha bisa meningkat melalui 2 (dua) cara, yaitu:

a) Meningkatkan pendapatan atau laba dari penjualan

Laba atau profit dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan

---

<sup>24</sup> *Ibid*,..., hal. 136

investasi dalam asset yang menguntungkan dan mampu menghasilkan tingkat laba yang tinggi, selain itu juga dengan meningkatkan pendapatan melalui penjualan.

b) Menurunkan biaya-biaya

Biaya dapat dikurangi dengan meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengeluaran pada pos-pos tertentu.<sup>25</sup>

## D. Kajian Teoritis Tentang Usaha

### 1. Penegertian Usaha

Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran maupun badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (prakarsa, perbuatan, ikhtisar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.<sup>26</sup> Menurut Ismail, usaha merupakan setiap tindakan, perbuatan maupun kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha ataupun individu dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan laba.<sup>27</sup> Usaha merupakan suatu kegiatan individu untuk melakukan sesuatu yang terorganisasi, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Dermawan Sjahrial, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), hal. 119

<sup>26</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Penulis Pustaka, 2005), edisi-3, hal. 1245

<sup>27</sup> Ismail Sholih, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 27

<sup>28</sup> Bukhari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hal. 89

Dalam Islam, usaha merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang atau jasa) termasuk dalam profitnya, namun dibatasi pada cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (harus sesuai dengan hukum Islam).

Usaha atau kerja adalah unsur utama produksi yang kedudukannya sangat penting dalam kehidupan. Karena sebagai penunjang pelaksana ibadah kepada Allah SWT, oleh karenanya sebagai umat muslim diwajibkan untuk bekerja.<sup>29</sup> Seperti yang tertuang dalam surah At-Taubah (9) ayat 105, yang isinya:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ ۙ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ  
وَالسَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: "Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."" (QS. At-Taubah 9: Ayat 105)<sup>30</sup>.

## 2. Jenis-jenis Usaha

Usaha dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu: usaha mikro, usaha menengah dan usaha makro. Usaha mikro merupakan usaha informal yang

<sup>29</sup> Muh. Said. *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Suska Pres, 2008), hal. 6

<sup>30</sup> QS. At-Taubah (9): 105, Al-Qur'an Indonesia, <https://quran-id.com>

asset, modal serta omzetnya yang digunakan dan diperoleh sangat kecil. Ciri lain dari usaha mikro adalah jenis komoditi usahanya yang sering berganti, tempat usaha yang tidak tetap, serta umumnya tidak mempunyai legalitas dalam usahanya.<sup>31</sup>

Usaha menengah merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorang atau rumah tangga maupun suatu badan yang bertujuan memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersal dan mempunyai omzetnya lebih dari 1 (satu) miliar. Sedangkan usaha makro merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersihnya atau hasil penjualan otahunannya lebih besar dari usaha menengah, meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan serta usaha asing yang dilakukan di Indonesia. Kegiatan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis usaha, yaitu:

**a) Jenis usaha perdagangan atau distribusi**

Usaha ini utamanya bergerak pada kegiatan memindahkan barang dari produsen atau dari tempat yang kelebihan persediaan ke tempat yang membutuhkan. Jenis usaha ini yaitu yang bergerak dibidang pertokoan, warung, rumah makan, agen-agen, penyalur, perantara dagang dan lainnya.

---

<sup>31</sup> Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal. 42

**b) Jenis usaha produksi atau industri**

Usaha ini bergerak dalam kegiatan proses pengubah suatu barang atau barang lain menjadi memiliki nilai tambah. Misalnya mengubah bahan mentah menjadi barang jadi yang menyebabkan nilainya bertambah dalam pasar. Jenis usaha ini dapat berupa produksi atau industri pangan, pakaian, kerajinan, peralatan rumah, dan lainnya.

**c) Jenis usaha jasa komersil**

Usaha ini bergerak dalam kegiatan pelayanan atau menjual jasa sebagai kegiatan utamanya. Jenis usaha ini yaitu berupa usaha asuransi, bank, biro perjalanan, perbengkelan, pariwisata, penginapan, kecantikan dan lainnya.<sup>32</sup>

**3. Kewirausahaan atau wirausahaan**

Wirausaha merupakan orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan darinya serta mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan kesuksesan.

Dalam konteks manajemen, wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan menggunakan sumber daya financial (*money*),

---

<sup>32</sup> Sigih Wibowo, dkk. *Petunjuk Mandiri.....*, hal. 05

bahan mentah (*materials*), dan tenaga kerja (*labor*), untuk menghasilkan produk baru yang dapat membuat organisasi usaha.<sup>33</sup>

Sedangkan menurut Peter F. Drucker dalam buku Kasmir, kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda<sup>34</sup>. Dapat dipahami bahwa wirausaha adalah orang yang mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dari sesuatu yang belum ada maupun sesuatu yang sudah ada. Untuk memulai berwirausaha, seseorang perlu memulai mengerjakan suatu hal yang baru dan berbeda inilah yang disebut dengan kewirausahaan.

Pada umumnya perusahaan kecil yang berhasil secara berkesinambungan dan dapat bersaing secara unggul memiliki keunggulan dalam bidang teknik, produk yang unik dan memiliki cakupan distribusi geografis pasar yang terbatas. Ada beberapa keputusan strategis yang diperlukan dalam kondisi pertumbuhan, yaitu:

- a) Perubahan produk barang dan jasa. Dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetisi inti (*core competition*).<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Veithzal Rivai, et. all., *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal. 13

<sup>34</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2010), hal. 7

<sup>35</sup> Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Utama, 2001), hal.



- b) Strategi yang menyangkut penetrasi pasar, ekspansi pasar, diversifikasi produk dan jasa atau ekspansi usaha.
- c) Kemampuan untuk memperoleh modal investasi dalam rangka penelitian dan pengembangan, proses produksi dan penggantian peralatan, dan dalam rangka penambahan sumber daya manusia.
- d) Analisis pesaing baik yang ada maupun yang potensial untuk memantapkan strategi bersaing. Keputusannya harus berdasarkan perilaku, sumber daya, dan komitmen yang dimiliki pesaing di masa lalu.
- e) Kemampuan untuk menopang keunggulan strategi perusahaan dan untuk memodifikasi strategi dalam menghadapi perubahan permintaan pelanggan dan perilaku strategi persaingan baru.
- f) Penentuan harga barang atau jasa untuk jangka pendek dan jangka panjang.
- g) Interaksi perusahaan dengan masyarakat luas.

Dalam pandangan Islam, inti dari kewirausahaan merupakan sesuatu usaha yang dilakukan dengan semangat bekerja keras dan kemandirian, seperti yang telah digambarkan dalam ajaran Islam.<sup>36</sup> Seperti dalam firman Allah SWT, dalam QS. Al-Insyirah 94: Ayat 7, yaitu:

فَاِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

---

<sup>36</sup> Haris Faulidi Asnawi, Jurnal Revitalisasi Nilai-Nilai Islam Dalam Membangun Jiwa Kewirausahaan, *AT-Taradhi, Jurnal Studi Ekonomi*, Vol. 3, No. 1, 2012, hal 78

Artinya: "Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain),"(QS. Al-Insyirah 94:7)<sup>37</sup>

Bekerja keras merupakan hal yang penting dari kewirausahaan. Prinsip kerja keras dalam kewirausahaan merupakan langkah nyata yang harus dilakukan agar dapat menghasilkan kesuksesan. Teladan dari Rasulullah Saw yang merupakan seorang wirausaha yang memiliki nilai-nilai kejujuran, amanah, fathanah (kecerdasan), tabligh (komunikatif) merupakan pilar utama yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha.

Dalam berbisnis seorang muslim selalu patuh dengan syariat agama Islam. Seorang muslim yang menjalankan bisnis diharapkan membawa keseimbangan dalam hidupnya imbang dalam hal dunia dan akhirat. Dengan berpegang pada syariat Islam, bisnis mempunyai tujuan empat hal, yaitu:<sup>38</sup>

- a. Profit, berupa materi dan benefit berupa nonmateri. Profit berupa materi diperoleh dengan melakukan bisnis dengan cara yang halal dengan tidak menghalalkan segala cara.
- b. Pertumbuhan, karena sebuah usaha harus dijaga agar tetap tumbuh dan berkembang. Pertumbuhan yang berjalan harus sesuai dengan syariat agama Islam yang sudah ada. Untuk menjaga agar bisnis tumbuh dari

---

<sup>37</sup> QS. Al-Insyirah 94:7, Al-Qur'an Indonesia <https://quran-id.com>

<sup>38</sup> Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, (Yogyakarta: Jogja Great Publisher, 2010), hal. 72.

tahun ke tahun maka pelaku bisnis harus meningkatkan kualitas produksi dan pelayanan agar konsumen tetap senang membeli atau memakai jasa yang telah disediakan oleh produsen. Selain itu investasi syariah juga diperlukan untuk tetap menjaga pertumbuhan bisnis, seperti mengeluarkan zakat, infaq, sadaqah, dan tidak berfoya-foya.

- c. Keberlangsungan, karena setiap usaha diharapkan selalu mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini haruslah dijaga keberlangsungannya agar usaha yang dilakukan dapat berlangsung dalam kurun waktu yang lama, di dunia dan di akhirat. Untuk menjaga keberlangsungan harus dibuat suatu perencanaan dan tidak lupa dengan tetap berlandaskan syariat Islam.
- d. Ridha Allah SWT, karena semua yang dilakukan oleh seorang muslim harus memiliki tujuan akhir keberkahan dari Allah SWT. Keberkahan yang diperoleh dari ridha Allah diperoleh dengan menjalankan semua syariat Islam dan menjalankan semua kegiatan bisnisnya dengan ikhlas.<sup>39</sup>

Islam mengajarkan kepada penganutnya bahwa harta yang telah didapatkan bukanlah tujuan dari akhir dari hidup, tetapi fasilitas berupa harta kekayaan seseorang yang dapat membantu sesamanya dengan lebih baik. Sebagai seorang *entrepreneur* atau wirausahawan muslim harus mengerti jika semua harta yang diperoleh adalah harta Allah yang dititipkan

---

<sup>39</sup> *Ibid.,*, hal. 72

padanya, maka selayaknya sebagai umat muslim yang baik, mereka harus menafkahkan sebagian hartanya di jalan Allah SWT.<sup>40</sup>

## **E. Kajian Teoritis Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

### **1. Pengertian UMKM**

Pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM<sup>41</sup>. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Sedangkan usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak

---

<sup>40</sup> Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 1992), hal. 21

<sup>41</sup> Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia.....*, hal. 16-17

langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia, masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> *Ibid*, hal. 18-19

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.<sup>43</sup>

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan bentuk implikasi dari kriteria atau pembagian usaha yang ada di Indonesia. Berikut kriteria UMKM, yang tertuang dalam UU Nomor 20 tahun 2008 tersebut tentang UMKM, diantaranya:

---

<sup>43</sup> Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 11

- 1) Usaha Mikro adalah unit usaha yang mempunyai kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) yang tidak termasuk asset tetap (berupa tanah dan bangunan tempat usaha), atau memiliki penghasilan penjualan per tahun paling banyak Rp 300.000.000,-(tiga ratus juta rupiah).
- 2) Usaha Kecil adalah unit usaha dengan nilai asset yang dimiliki lebih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta) dan tidak termasuk tanah dan bangunan usaha. Dengan memiliki perolehan hasil penjualan per-tahunnya lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) hingga Rp 2.500.000.000,- (dua miliar ratus juta rupiah).
- 3) Usaha Menengah merupakan usaha atau perusahaan dengan nilai kekayaan yang lebih dari Rp 500.000.000,- hingga Rp 100 miliar, dengan hasil penjualan per- tahunnya lebih dari Rp 2.5 milyar hingga Rp 50 miliar.<sup>44</sup>

UMKM merupakan usaha yang dijalankan oleh masyarakat kecil dan bersifat keluarga, dengan menggunakan sumber daya lokal serta menerapkan teknologi dan mudah keluar masuk industri. Berdasarkan perkembangannya, UMKM dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok, diantaranya yaitu:

- 1) *Livelihood Activity*, merupakan kelompok usaha yang lebih umum dikenal dengan usaha sektor informal, usaha yang dianggap

---

<sup>44</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM pasal 6

dan digunakan sebagai kesempatan kerja guna mendapat penghasilan sehari-hari demi pemenuhan kebutuhan hidup. Contohnya yaitu pedagang kaki lima.

- 2) *Micro Enterprise*, merupakan usaha yang bersifat cenderung sebagai pengrajin atau memiliki kemampuan dalam menghasilkan produk namun belum memiliki sifat kewirausahaan untuk memasarkan dan menunjukkan produknya.
- 3) *Small dynamic enterprise*, merupakan usaha yang dilakukan pengusaha telah memiliki jiwa kewirausahaan serta mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan ekspor.
- 4) *Fast moving Enterprise*, merupakan kelompok yang telah memiliki tujuan untuk memajukan usahanya untuk melakukan transformasi usaha menjadi usaha yang lebih besar.<sup>45</sup>

UMKM merupakan bagian yang paling penting dalam perekonomian bangsa. Karena peran pentingnya, pemerintah terus melakukan upaya untuk mengembangkan UMKM yang ada di Indonesia. Oleh karenanya, perlu dukungan dari berbagai kalangan dalam menguatkan UMKM melalui peningkatan sumberdaya manusia (SDM).

Selain itu, untuk dapat meningkatkan daya saing terhadap UMKM maka diperlukan adanya peningkatan teknologi dan daya kreatif inovatif.

---

<sup>45</sup> Sudati H, dkk., Jurnal: UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa, *Jurnal REP: Universitas Tidar Malang*, Vol. 4 No. 2, 2019, hal. 143



Peningkatan teknologi juga sangat berhubungan dengan kemajuan ekonomi yang sedang terjadi saat itu juga.

Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga di negara-negara maju. Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar. Secara umum UMKM memiliki peran dalam perekonomian bangsa yaitu:

- a) Sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi
- b) Penyedia lapangan kerja terbesar
- c) Memiliki peran penting dalam mengembangkan per-ekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat
- d) Sumber inovasi dan pencipta pasar baru
- e) Kontribusi terhadap neraca pembayaran dan sebagai salah satu pilar perekonomian bangsa.<sup>46</sup>

## **2. Kekuatan dan Kelemahan Usaha UMKM**

UMKM memiliki beberapa potensi andalan yang menjadi kekuatan pengembangan di masa yang akan datang, yaitu:

---

<sup>46</sup> Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia.....*, hal. 141

- a) Sebagai penyedia lapangan pekerjaan, penyerapan pekerja UMKM diperkirakan mampu menyerap sampai 50% tenaga kerja yang ada.
- b) Sumber wirausaha baru dari UMKM ini terbukti dapat mendukung berkembangnya wirausaha baru.
- c) Mempunyai segmen pasar yang sederhana dan fleksibel terhadap terjadinya perubahan pasar.
- d) Memanfaatkan sumber daya yang ada, biasanya mampu memanfaatkan hasil limbah industri dalam usahanya.
- e) Mempunyai potensi untuk berkembang, melalui upaya pembinaan yang dilaksanakan oleh pelaku UMKM dapat menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industry kecil mamapu untuk berkembang dan dikembangkan lebih lanjut.

Adapun kelemahan yang menjadi faktor penghambat dan sumber permasalahan dari UMKM berdasarkan 2 faktor, yaitu.<sup>47</sup>

- a) Faktor Internal
  - 1. Terbatasnya kemampuan sumber daya manusia (SDM).
  - 2. Pemasaran yang kurang maksimal untuk usaha kecil, karena hanya di area kecil saja.
  - 3. Belum terpercayanya konsumen terhadap mutu dan kualitas produk usaha kecil.

---

<sup>47</sup> *Ibid*..., hal. 142-143

4. Kendala permodalan bagi usaha kecil, karena memanfaatkan modal sendiri dengan jumlah modal yang relatif kecil.
- b) Faktor Eksternal, adalah masalah yang muncul dari pihak pengembang UMKM. Misalnya yaitu, solusi yang ditujukan tidak tepat sasaran, serta tidak adanya sistem monitoring sehingga program yang di capai bertumpang tindih.

### 3. UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam melakukan bisnis atau usaha menurut Islam adalah halal. Hal ini dibuktikan bahwa Rasulullah Saw yang awalnya merupakan seorang pedagang atau wirausaha dan kita dapat melihat bahwa banyak sahabat-sahabat Nabi di zamannya yang merupakan seorang pengusaha sukses dengan mempunyai sumber modal yang besar. Sejatinnya manusia adalah seorang *Khalifah fi Ard* didunia ini. Maka dalam mewujudkan hal tersebut, manusia perlu adanya usaha yang keras. Usaha tersebut yaitu dalam hal mengelola apa yang telah Allah SWT titipkan. Dan saat ini, usaha yang bisa dilakukan berupa berbisnis atau berwirausaha.<sup>48</sup>

Menurut pandangan Islam mengenai bekerja dan berusaha, termasuk berwirausaha merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia karena keberadaannya sebagai *khalifah* yang dimaksudkan untuk

---

<sup>48</sup> Ahmad Muhtar Syarofi, Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Berwirausaha, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.7, No.1, Tahun 2016, hal.80 dalam <http://ejournal.aisyarifuddin.ac.id> Diakses pada tanggal 18/08/2021

memakmurkan bumi dan membawa ke arah yang lebih baik. Islam memberikan keleluasaan untuk menjalankan usaha atau bisnis apapun sepanjang itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariat Islam.

UMKM dalam ekonomi Islam adalah salah satu kegiatan usaha yang dilakukan manusia untuk mempertahankan hidupnya dan untuk ibadah, serta untuk kemaslahatan bersama atau kesejahteraan sosial, tanpa melihat status, pangkat, dan jabatan seseorang. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Muhammad 47: Ayat 19, sebagai berikut:

فَاَعْلَمَ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَاسْتَغْفِرَ لِذَنبِكَ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ  
مُتَقَلِّبَكُمُ وَمَثُوبَكُمُ

Artinya: "Maka ketahuilah, bahwa tidak ada Tuhan (yang patut disembah) selain Allah, dan mohonlah ampunan atas dosamu dan atas (dosa) orang-orang mukmin, laki-laki dan perempuan. Dan Allah mengetahui tempat usaha dan tempat tinggalmu." (QS. Muhammad 47: Ayat 19)<sup>49</sup>

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa kekuasaan yang ada di didunia dan diakhirat hanyalah milik Allah SWT, serta bahwa apa yang dikerjakan oleh setiap manusia akan terus dilihat oleh Allah SWT, karena merupan Yang Maha Mengetahui segalanya, baik apa yang dilakukan dan dikerjakan sebagi umat muslim di dunia.

---

<sup>49</sup> QS. Muhammad 47:19, Al-Qur'an Indonesia <https://quran-id.com>

#### 4. Karakteristik dan Dasar Hukum Usaha Mikro Menurut Ekonomi Islam

Pada dasarnya kegiatan UMKM menurut menurut Islam merupakan kegiatan usaha yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah, dengan melihat segi halal dan haramnya agar tidak terjerumus dari kesesatan. UMKM berdasarkan hukum Islam diperbolehkan bila dari segi produk yang dihalalkan, serta bertujuan untuk kesejahteraan dan kemaslahatan masyarakat.<sup>50</sup>

Banyak hadits dan ayat yang dapat dijadikan sebagai landasan hukum usaha, sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah An-Nahl (16): Ayat 5,

وَاللَّيْثُ وَالشَّيْبَانُ وَمِمَّا ذَكَرْنَا لَكُمْ فِيهَا دِفءٌ وَمِنَّا فَعٍ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ

Artinya: "Dan hewan ternak telah diciptakan-Nya untuk kamu, padanya ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai manfaat, dan sebagiannya kamu makan."(QS. An-Nahl 16: Ayat 5)<sup>51</sup>

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menciptakan hewan agar dapat dimanfaatkan manusia. Selain itu, manusia juga harus bertanggung jawab untuk membiakkan binatang tersebut yang telah memberikan manfaat banginya, serta memanfaatkan sumber daya alam

<sup>50</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Dana Bakti Wakaf, 1995) hal. 231

<sup>51</sup> QS. An-Nahl 16: 5, Al-Qur'an Indonesia <https://quran-id.com>

yang ada agar diolah dan memperoleh hasil yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.

Selain itu, adapun karakteristik usaha mikro berdasarkan ekonomi Islam, antara lain:<sup>52</sup>

- a) Bersifat ketuhanan / *ilahiah*, artinya dasar dan aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT sebagaimana dalam Al-Qur'an dan Sunnah.
- b) Berdimensi kekaidahan, artinya apa yang dilakukan akan diminta pertanggung jawaban terhadap akidah yang diyakinnya.
- c) Berkarakter *ta'abbudi*, artinya usaha bertata aturan yang berdimensikan ketuhanan.
- d) Terkait dengan akhlak, artinya adanya keterkaitan dalam ekonomi dan akhlak dalam usaha mikro Islam.
- e) *Elastic (al-murunah)*, artinya sumber hukum ekonomi didasarkan pada Al-Qur'an dan al-Hadits.
- f) Objektif (*al-mudhu'iyah*), artinya Islam mengajarkan untuk bersifat objektif dalam melakukan usaha.
- g) Realistis (*al-waqi'iyah*), artinya pada dasarnya perkiraan bisnis tidak hanya didasarkan pada teori disatu sisi dengan praktik di sisi yang lainnya.

---

<sup>52</sup> Hi. Sastro Wahdino, *Ekonomi Makro dan Mikro Islam*, (Jakarta:PT Dwi Chandra Wacana, 2001), hal. 50-52

- h) Harta yang tidak bersifat mutlak karena pada hakekatnya apa yang ada di dunia ini adalah milik Allah SWT.

## F. Penelitian Terdahulu

Sebagai rujukan dari penelitian yang berkaitan dengan, maka penulis berusaha mencari hasil penelitian terdahulu dan dari hasil pencarian tersebut penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Rizki Tri Prasetio, dkk. Universitas BSI, dengan judul penelitiannya "*Upaya Peningkatan Produktivitas UMKM Melalui Implementasi ICT Pada Look At Hijab Bandung*". Dari hasil analisisnya yang menggunakan metode analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa implementasi ICT (*Information and Communication Technology*) pada bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah tersebut dapat membantu proses bisnis sehingga dapat meningkatkan produktivitas UMKM. Dengan adanya sistem informasi berupa website yang dapat diakses setiap orang ini dapat membantu dalam proses pemasaran pada produk *Look At Hijab Bandung*.<sup>53</sup>

Kedua, penelitian menurut Sony Hendra Permana, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, dengan judul penelitiannya "*Strategi Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia*". Dalam penelitiannya yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis

---

<sup>53</sup> Rizki Tri Prasetio, dkk, Upaya Peningkatan Produktivitas UMKM Melalui Implementasi ICT pada Look At Hijab Bandung, *Jurnal Abdimas BSI*, Vol. 1 No. 1, 2018, hal. 104-111

deskriptif, disimpulkan bahwa sektor UMKM memiliki peran yang strategis bagi perekonomian Indonesia. Ini dikarenakan UMKM merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar bagi pembentukan PDB. selain itu, UMKM merupakan solusi alternatif yang dapat mengatasi masalah sosial seperti pengangguran serta kemiskinan. Maka dari itu, upaya yang dilakukan dalam meningkatkan UMKM yaitu melalui pemberian modal oleh pemerintah, pemanfaatan pertumbuhan teknologi dan informasi saat ini oleh pelaku UMKM, serta perlunya menumbuhkan jiwa wirausaha pada diri pelaku UMKM.<sup>54</sup>

Ketiga, penelitian oleh Panji Deoranto, Universitas Brawijaya yang berjudul “*Analisis Produktifitas dan Profitabilitas Produksi Sari Apel Dengan Metode American Productivity Center di KSU Brosem*”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa dari analisis pada nilai rata-rata produktivitas total KSU Brosem dapat dikatakan baik, sedangkan nilai rata-rata profitabilitasnya mengalami kerugian. Pada indeks produktifitas dan profitabilitanya terendah terjadi pada bulan Desember 2015. Selain itu, rendahnya produktivitas KSU Brosem disebabkan karena pemborosan pada pemakaian input perusahaan, sedangkan rendahnya profitabilitasnya ini disebabkan karena meningkatnya biaya bahan baku terutama apel dan gula. Adapun peningkatan produktivitas yang dapat dilakukan KSU Brosem yaitu dengan melakukan inspeksi ketat dan mengontrol bahan baku kepada supplier, meningkatkan kesadaran tenaga kerja

---

<sup>54</sup> Sony Hendra P., Jurnal Strategi Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia, *Jurnal Aspirasi*, Vol. 8 No. 1, 2017, hal. 93-103



untuk menghemat energi dan penggantian mesin. Peningkatan profitabilitas dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama yang baik dengan supplier, meningkatkan kecepatan operasi sehingga mengurangi upah lembur dan memberikan kesadaran untuk hemat energi.<sup>55</sup>

Keempat, penelitian menurut Siti Mundari dan Erma Yuliaty, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dengan judul penelitiannya "*Meningkatkan Produktivitas dan Profitabilitas UKM Toko Roti "Jos Gandos"*". Dalam penelitiannya yang menggunakan metode analisis deskriptif, dapat ditemukan temuan pada jumlah produksi UKM Roti "Jos Gandos" mengalami peningkatan, serta mengalami peningkatan pada indeks produktivitas dan indeks profitabilitasnya. Selain itu, Adapun strategi yang perlu dilakukan oleh UKM Roti "Jos Gandos" berdasarkan analisis SWOT yaitu dengan meningkatkan kualitas produksi serta membuat program pemasaran sehingga produktivitas dan profitabilitas UKM dapat ditingkatkan lagi.<sup>56</sup>

Kelima, penelitian menurut Afirudin Al Mujahit, IAIN Tulungagung, dengan judul Skripsi "*Manajemen Strategi Wirausaha dalam Meningkatkan Produktifitas Kerja Pada Usaha Kerupuk Rambak Sembung Tulungagung (Perspektif Ekonomi Islam)*". Dapat disimpulkan dalam penelitiannya yang menggunakan metode penelitian kualitatif, bahwa cara atau strategi dalam

---

<sup>55</sup> Panji Deoranto, Analisis Produktivitas dan Profitabilitas Produk Sari Apel dengan Metode APC di KSU Brosen, *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Argoindustri*, Vol. 5 No.3, 2016, hal. 114-124

<sup>56</sup> Siti M. dan Erma Y., Meningkatkan Produktivitas dan Profitabilitas UKM Toko Roti Jos Gandos, *Among: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 02 No. 01, 2020, hal. 1-9

meningkatkan produktifitas kerja pada usaha kerupuk rambak Sembung Tulungagung yaitu dengan melakukan perluasan dalam cakupan pasar, menekankan kualitas dan rasa original produk, memanfaatkan teknologi informasi seperti *facebook*, *Instagram*, dan lainnya, serta ikut serta dalam pameran dan seminar yang diadakan pemerintah maupun swasta. Dampak dari adanya manajemen strategi wirausaha ini adalah dapat meningkatkan volume penjualan sehingga otomatis akan berdampak pada meningkatkan produktifitas kerja karyawan pada usaha kerupuk rambak Sembung. Dalam mengatasi kendala berupa perubahan cuaca, bahan baku dan pesaing, maka perusahaan tersebut menggunakan strategi berupa penguatan kualitas pada produknya serta menyimpan cadangan bahan baku.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Afirudin Al, Skripsi *Manajemen Startegi Wirausaha dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada Usaha Kerupuk Rambak Sembung Tulungagung (Perspektif Ekonomi Islam)*, (FEBI: IAIN Tulungagung, 2020), hal. 108

### G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual sebagai alur dalam penelitian yang dilakukan yaitu sesuai dengan bagan berikut:



**Tabel 2.1 Kerangka Konseptual**